

## **BAB 5**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI**

Dalam bab ini akan dipaparkan mengenai simpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai tindak tutur ilokusi dalam video presentasi peluncuran produk mobil Hyundai Motor. Selain itu peneliti juga akan mengemukakan implikasi dan beberapa rekomendasi yang berkaitan dengan penelitian tindak tutur.

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Bentuk tindak tutur ilokusi dalam video presentasi peluncuran produk mobil Hyundai Motor terbagi ke dalam lima bentuk tindak tutur ilokusi menurut klasifikasi Searle yaitu.
  - a. Bentuk tindak tutur ilokusi asertif yaitu bentuk tindak tutur yang mengikat penutur pada kebenaran proposisi yang diungkapkannya dalam tuturan itu, tuturan ini biasanya berupa pernyataan yang sesuai dengan maksud penuturnya. Tindak tutur asertif yang ditemukan berjumlah 186 tuturan atau 76,85% yang terdiri dari makna menyatakan dan mengklaim. Tindak tutur ilokusi asertif dengan makna menyatakan jauh lebih banyak ditemukan jika dibandingkan dengan tindak tutur ilokusi asertif makna mengklaim. Tindak tutur asertif juga menjadi tindak tutur yang paling banyak ditemukan dalam penelitian.
  - b. Bentuk tindak tutur ilokusi direktif yaitu tindak tutur yang dimaksudkan oleh sang penutur untuk membuat mitra tutur melakukan tindakan yang dikehendaknya, tuturan ini biasanya berbentuk kalimat perintah. Tindak tutur ilokusi direktif yang ditemukan berjumlah 11 tuturan atau 4,54% dari jumlah keseluruhan data tuturan yang ditemukan. Dalam tuturan direktif ditemukan makna memohon, merekomendasikan dan memerintah.
  - c. Bentuk tindak tutur ilokusi komisif yaitu bentuk tutur yang digunakan untuk menyatakan janji atau penawaran tertentu. Tindak tutur ilokusi komisif yang ditemukan berjumlah 20 tuturan atau 8,26%. Dalam tindak

tutur ilokusi komisif yang ditemukan terdapat tuturan dengan makna berjanji dan menawarkan sesuatu.

- d. Bentuk tindak tutur ilokusi ekspresif yaitu tindak tutur yang berfungsi menyatakan atau menunjukkan sikap psikologis dari penuturnya terhadap suatu keadaan tertentu. Tindak tutur ekspresif yang ditemukan berjumlah 18 tuturan atau 7,43% dengan keseluruhan maknanya merupakan makna berterima kasih.
  - e. Bentuk tindak tutur ilokusi deklaratif adalah tindak tutur yang menghubungkan antara isi tuturan dengan kenyataannya tuturan. Tuturan ini biasanya sesuai dengan kondisi yang dihadapi penutur, penutur memiliki kekuasaan dan menggunakan kekuasaannya. Tindak tutur deklaratif tersebut berjumlah 7 tuturan atau 2,89% yang terdiri dari makna menetapkan dan memperkenalkan.
- 2) Penanda Tuturan yang terdapat pada data tuturan yang ditemukan dalam video presentasi peluncuran produk Hyundai Motor adalah sebagai berikut.

- a. Penanda Tuturan berupa Akhiran

Penanda tuturan berupa akhiran ditemukan dalam tindak tutur asertif, tindak tutur direktif dan tindak tutur deklaratif. Penanda tuturan berupa akhiran yang ditemukan adalah -(으)세요 ((eu)seyo), -(으)르 까요 ((eu)rieul kkayo), -(으)면 ((eu)myeon), -(으)ㄴ/는 것 같다 ((eu)nieun/neun geot gatda) dan -(으)ㄴ/는데 ((eu)nieun/neunde). Akhiran -ㅂ니다/습니다 (bieupnida/seupnida) menjadi penanda tuturan berupa akhiran yang paling banyak ditemukan.

- b. Penanda Tuturan berupa Struktur Kalimat

Penanda tuturan berupa struktur kalimat ditemukan dalam tindak tutur asertif, tindak tutur direktif dan tindak tutur komisif. Penanda tuturan berupa struktur kalimat yang ditemukan dalam penelitian adalah -ㄴ 수 있다 (rieul su ittda), -(으)면 좋겠다 ((eu)myeon johgettda), -기 바라다 (gi barada) dan -ㄴ 겁니다 (rieul geopnida). Struktur kalimat -ㄴ 수 있다 (rieul su ittda) menjadi penanda tuturan berupa struktur kalimat yang paling banyak ditemukan.

c. Penanda Tuturan berupa Kata Kerja

Penanda tuturan yang berupa kata kerja ditemukan pada setiap jenis tindak tutur. Penanda tuturan bentuk kata kerja paling mendominasi pada tuturan dengan jenis tindak tutur asertif dan deklaratif. Selain itu, maksud dari tuturan asertif dapat ditunjukkan oleh kata kerja. Penanda tuturan berupa kata kerja yang paling banyak ditemukan dalam penelitian ini adalah 감사하다 (*gamsahada*) yang mempunyai arti terima kasih dan 소개하다 (*sogaehada*) yang mempunyai arti memperkenalkan.

d. Penanda Tuturan berupa Kata Sifat

Penanda tuturan berupa kata sifat merupakan penanda tuturan yang menunjukkan perasaan atau kebenaran pernyataan dari penuturnya. Penanda tuturan ini dapat ditemukan dalam tuturan asertif dan ekspresif karena maksud dari tuturan tersebut dapat terlihat dari kata sifat yang terdapat dalam tuturannya. Kata sifat yang ditemukan adalah 기쁘다 (*gippeuda*) yang mempunyai arti senang, 편하다 (*pyeonhada*) yang mempunyai arti nyaman dan 중요하다 (*jungyohada*) yang mempunyai arti penting.

e. Penanda Tuturan Gabungan Akhiran dan Kata Kerja

Penanda tuturan gabungan ditemukan dalam data tuturan asertif karena kata kerja dan akhiran dapat sekaligus ditemukan sebagai penanda tuturan untuk menunjukkan maksud dari tuturan asertif yakni menyatakan tuturan yang mengikat penuturnya dengan kenyataan tuturannya.

3) Strategi Tindak Tutur

Ditemukan 2 strategi tindak tutur dalam video presentasi peluncuran produk mobil Hyundai Motor.

- a. Strategi tindak tutur langsung adalah strategi tindak tutur yang modus kalimatnya langsung dapat dipahami oleh mitra tutur. Pada penelitian ini strategi tindak tutur langsung merupakan strategi yang paling banyak ditemukan yakni sebanyak 200 tuturan. Semua tindak tutur yang mempunyai strategi tindak tutur langsung sebagian besar merupakan tuturan dengan jenis kalimat deklarasi atau kalimat pernyataan. Selain itu, strategi tindak tutur langsung yang literal maupun tidak literal ditemukan

dalam penelitian ini. Tindak tutur langsung literal menjadi strategi tindak tutur yang paling banyak ditemukan yakni sebanyak 197 tuturan atau 81,40%. Dalam strategi tindak tutur langsung juga ditemukan strategi tindak tutur langsung literal sebanyak 3 tuturan atau 0,825%. Strategi tidak literal kurang cocok digunakan dalam kegiatan presentasi karena dikhawatirkan menimbulkan kesalahpahaman dari penuturnya.

- b. Strategi tindak tutur tidak langsung adalah strategi tindak tutur yang modus kalimatnya terkadang tidak bisa langsung diterima oleh penutur karena menggunakan tata bahasa atau jenis kalimat yang tidak sesuai dengan fungsinya. Semua tindak tutur yang mempunyai strategi tindak tutur tidak langsung merupakan tuturan yang mengalami perubahan fungsi kalimat. Selain itu, strategi tindak tutur tidak langsung yang literal ditemukan dalam penelitian ini yakni sebanyak 42 tuturan atau 17,35%. Sedangkan tindak tutur tidak langsung tidak literal tidak ditemukan dalam penelitian ini. Strategi tindak tutur tidak langsung banyak ditemukan dalam tuturan yang mempunyai maksud memerintah

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut ini.

- 1) Dengan adanya penelitian ini, memberikan tambahan wawasan terhadap penelitian pragmatik dalam Bahasa Korea khususnya materi tindak tutur dalam kegiatan presentasi.
- 2) Dengan adanya penelitian ini, mahasiswa Pendidikan Bahasa Korea yang mengambil konsentrasi keilmuan *Korean with Specific Purpose (KSP)* dapat mengetahui tentang bidang kajian pragmatik dalam kegiatan presentasi sehingga dapat menambah ilmu mengenai tindak tutur yang biasa dipakai dalam kegiatan presentasi produk dalam Bahasa Korea.

### 5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa hal yang ingin penulis rekomendasikan sebagai berikut ini.

- 1) Penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperdalam lagi faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya tindak tutur asertif, tindak tutur direktif, tindak tutur komisif, tindak tutur ekspresif dan tindak tutur deklaratif berdasarkan beberapa aspek.
- 2) Dalam penelitian ini hanya mengambil objek penelitian video presentasi produk yang berasal dari satu perusahaan saja, yakni Hyundai Motor. Berhubungan dengan hal tersebut, penulis mengharapkan adanya penelitian mengenai tindak tutur ilokusi yang mengambil objek penelitian berupa presentasi produk sejenis namun dari berbagai perusahaan, sehingga dapat diketahui mengenai keberagaman dan perbedaan tindak tutur yang digunakan penutur saat melakukan presentasi produk.